

Modaes

Empresa

La joyería de la española Suárez prepara su entrada en Latinoamérica con filiales propias

S. García
15 dic 2014 - 11:20



La española **Suárez** se prepara para salir de su mercado local. La firma, fundada en Bilbao por **Emiliano Suárez Faffian** y especializada en el diseño, fabricación y distribución de joyería y alta relojería, tiene previsto consolidar su negocio en España para luego llegar a Latinoamérica, donde quiere abrir filiales propias para crecer en los principales mercados de la región.

La compañía contempla la entrada en países como México, Colombia, Panamá, Chile y también en la ciudad de Miami, en Estados Unidos, tal como ha explicado **Carlos Delso**, director general de **Suárez**, a Modaes. “Son los países con una situación económica más fuerte y tienen mucho potencial de desarrollo para una firma como **Suárez**; queremos crear una estructura sólida en ellos y no depender de terceros”, explicó el directivo.

Esta estrategia difiere de la que ha implementado en la región **Aristocrazy**, firma que

Modaes

también pertenece al grupo y que ha logrado alianzas estratégicas con diferentes empresas para la distribución de su producto en Latinoamérica. En este sentido, **Suárez** sólo tiene planeado basarse en la experiencia y la estructura ya establecida por **Aristocrazy** pero implementando un plan de desarrollo y expansión propio basado en la puesta en marcha de filiales en cada uno de los mercados.

Antes de desembarcar en Latinoamérica, la compañía iniciará en 2015 su desarrollo fuera de España con la puesta en marcha de su primer establecimiento en Portugal, concretamente, dentro de uno de los grandes almacenes que el grupo español **El Corte Inglés** tiene en ese país. Este punto de venta supondrá el primer paso de la compañía fuera de su mercado local, en el que opera de forma exclusiva desde su fundación.

Para España, **Suárez** tiene un plan de desarrollo que contempla añadir algún establecimiento más en las principales ciudades del país en 2015, así como incrementar su presencia en los centros de **El Corte Inglés**, en los que actualmente cuenta con una docena de corners.

Las nuevas aperturas de la firma en el mercado nacional contarán con el recién lanzado concepto de retail y que ya se ha implantado en los corners que **Suárez** acaba de poner en marcha en las ciudades de A Coruña, Oviedo, Palma de Mallorca y Marbella. “Nuestro concepto anterior estaba basado en las joyerías de los años 90, que eran más oscuras y en la pauta de compra de entonces; los tiempos cambian y ahora el consumidor busca luz y claridad y ver más producto”, afirma **Carlos Delso**.